vinetur

中国の上場白酒メーカーの上半期の利益の93％を、6つの白酒グループが占めた

『北京新聞』が20社を対象に行った調査によると、3社が赤字となっており、茅台（マオタイ）の直販チャネルの売上高が卸売売上高を上回った。

2026年9月8日（火）



9月4日に公表された上場白酒メーカー20社の半期報告書を『北京新聞』が分析したところ、2026年上半期に報告された利益の93％は、6つのグループによって生み出されていたことが分かった。 このデータは、流通モデルが変化しているにもかかわらず、同セクターの収益がいかに上位企業に集中し続けているかを示しており、特に中国最大の白酒メーカーである貴州茅台においてその傾向が顕著である。

これら6社とは、貴州茅台、五糧液、山西汾酒、洋河、瀘州老窖、古井公酒である。 これら6社の1月から6月までの売上高は合計1,713億700万人民元で、調査対象となった上場白酒企業20社の総売上高の86％に相当する。また、合計利益は688億1,400万人民元に達し、同グループ全体の93％を占

めた。

中国で主流の蒸留酒である白酒は、長年にわたり、幅広い価格決定力と強固な流通網を持つ少数の大手ブランドが市場を牽引してきた。　直近の半期決算は、この傾向がさらに顕著になったことを示唆している。大手メーカーが引き続き業界利益の大部分を占める一方で、調査対象の20社のうち3社が赤字に転落しており、競争力の弱い企業への圧力が強まっている兆候がさらに強まっている。

当期における最も顕著な変化は、茅台（マオタイ）の販売チャネルに見られた。茅台の直販売上高は前年同期比29.87％増の519.62億人民元となった一方、卸売業者および代理店チャネルからの売上高は21.58％減の386.97億人民元となった。　報告された成長率に基づくと、前年同期比の売上高は直販で約400.10億人民元、卸売・代理店販売で約493.50億人民元と推計されるが、これらの絶対的な変化額は、四捨五入されたパーセンテージに基づいているため、おおよその数値である。

つまり、茅台（マオタイ）は前年同期と比較して、直接販売による売上高を約119.50億人民元増やし、卸売および代理店販売による売上高を約106.50億人民元減らしたことになる。　同社の上半期の主力事業売上高に占める直販チャネルの割合は57.32％となり、初めて卸売チャネルを上回った。

この変化が重要なのは、茅台が、高級白酒が消費者に届く仕組みにおける構造的変化の最も明確な事例の一つとなってきたためである。通常、直販により、生産者は最終販売価格のより大きな割合を確保し、価格設定、在庫、顧客データに対してより厳格な管理を行えるようになる。　流通業者の役割が縮小することは、チャネルへの依存度を低減させる可能性もあるが、かつて販売量の大部分を扱っていた従来の仲介業者には圧力をかけることになるかもしれない。

『北京新聞』の調査では、これらの数値を中国白酒市場全体の指標として提示したわけではない。これは上場している20社の生産者の収益をジャーナリスティックに集計したものであり、業界全体の公式統計発表ではない。　とはいえ、このサンプルには国内で最も有名な上場企業の多くが含まれており、上場企業間で売上高と利益がどのように分配されているかを明確に示している。

これらの数字は、需要のばらつきや、プレミアムブランドと中小メーカー間の格差拡大に直面している市場において、規模が依然として決定的な要素であることを示唆している。　大手企業は、強力なブランド力、富裕層への優れたアクセス、販売チャネル管理における高い柔軟性により、引き続き恩恵を受けている。対照的に、中堅・小規模企業には、利益率を守ったり市場の圧力を吸収したりする余地が少なく、これが一部の企業が赤字に転落した理由の一つとなっている。

茅台（マオタイ）の販路転換が際立っているのは、業界トップ層への利益集中が進んでいること、そして従来の卸売流通から直販への移行という、2つのトレンドを同時に体現しているからだ。　投資家や業界アナリストにとって、この変化は注視されている。なぜなら、茅台は白酒市場の高級セグメント全体における価格設定や販売チャネル戦略の基調をしばしば決定づける存在だからだ。同社の直近の半期決算は、同社が支配的な地位を維持しているだけでなく、その優位性が表れる経路も変化させつつあることを示している。

上位6社に名を連ねる他の主要グループも、上半期において上場白酒セクターの収益基盤の中核であり続けたが、入手可能な概要資料には、茅台（マオタイ）の販売チャネルデータ以外の、企業ごとの詳細な内訳は記載されていなかった。　明らかになったのは、2026年上半期において中国の上

場白酒業界の集中化が進み、少数の大手生産者が利益の大部分を占める一方で、その他の企業は収益のごくわずかな割合しか占めていないという点である。